

ABSTRAK

Pada tahun 2010, *Trade Servicing Center* Bank Mandiri Surabaya menggunakan strategi bisnis diferensiasi dengan menawarkan beberapa perbedaan dengan fokus utama adalah meletakkan pelanggan sebagai pusat perhatian utama perusahaan. Kelebihan yang diberikan berupa kecepatan penanganan transaksi yaitu 30 menit sejak aplikasi dan data diterima, selain itu memiliki produk unggulan berupa *forfaiting* yaitu merupakan transaksi pengambil-alihan tanpa hak regres atas wesel/draft berjangka yang oleh Bank atas dasar LC/SKBDN Bank Mandiri dengan tujuan mendukung likuiditas nasabah dengan mempercepat *cash inflow*

Pada penelitian ini akan dievaluasi strategi Bank Mandiri Bisnis Unit Trade Servicing Center Surabaya dengan mengevaluasi faktor-faktor lingkungan, baik lingkungan internal perusahaan maupun eksternal perusahaan agar dapat memanfaatkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan perusahaan, serta mengetahui peluang dan ancaman yang akan dihadapi perusahaan.

Hasil analisis strategi yang menggunakan alat analisis berupa Matriks Eksternal Faktor Evaluation (EFE), Matriks Internal Faktor Evaluation (IFE), dan Matriks Internal Eksternal (IE), maka dapat ditarik kesimpulan tentang strategi *Trade Servicing Center* Surabaya adalah Hasil dari perhitungan matriks eksternal dan matriks internal *Trade Servicing Center* adalah nilai rata-rata EFE 3,4375 yang berada pada wilayah Tinggi, sedangkan nilai rata-rata IFE 3,3465 yang berada pada wilayah kuat, Jika melihat gambar matrik eksternal dan internal, posisi strategi *Trade Servicing Center* Surabaya berada pada kuadran I. sebagai tumbuh dan berkembang. Dan alternatif strateginya yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk

Kata kunci : ` Trade Servicing Center Surabaya, Matriks Eksternal, Matriks Internal, Matriks Internal Eksternal